

पत्रकारितामा एआईको प्रयोग र आचारसंहिता



अजय शर्मा

“पत्रकारितामा कृत्रिम बौद्धिकताको प्रयोगसँगै पत्रकार र बुद्धिजीवीको भूमिकाबारे गम्भीर प्रश्नहरू उठिरहेका छन् । यदि मान्छेले गर्ने कामहरू कमशः मेसिनलाई जिम्मा दिइने थाल्यो भने बुद्धिजीवी र पत्रकारको स्थान कहाँ रहने भन्ने चिन्ता स्वाभाविक हो ।

लेखसार

नेपाली पत्रकारिता क्षेत्रमा कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)को प्रयोग तीव्र गतिमा बढ्दो छ । समाचार सङ्कलन, सम्पादन, अनुवाद, शीर्षक लेखन, तथ्य जाँच, अडियोभिडियो उत्पादन तथा सामग्री वितरणजस्ता कार्यमा एआईले दक्षता बढाएको भए पनि उत्तिकै मात्रामा नैतिक, कानुनी र पेसागत चुनौतीहरू पनि उत्पन्न भएका छन् । एआई प्रयोगले सत्यता, पारदर्शिता, निष्पक्षता र जवाफदेहिताजस्ता पत्रकारिताका आधारभूत मूल्यमा असर पुऱ्याएको देखिन्छ । नेपाल सरकार, प्रेस काउन्सिल नेपाल, अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घ तथा अन्य नियामक निकायद्वारा जारी गरिएका आचारसंहिता, राष्ट्रिय एआई नीति, २०८२ र अन्तर्राष्ट्रिय एआई नीतिले पत्रकारिता क्षेत्रमा बढ्दो आचारसंहिता उल्लङ्घनका कार्यलाई रोक्न भूमिका खेलिरहेका छन् । नेपालमा विद्यमान पत्रकार आचारसंहिता अभै पनि प्रविधिको तीव्र गतिलाई समेट्न असमर्थ देखिएको छ । एआई प्रयोगको कानुनी आधार, आचारसंहिता, उत्तरदायित्व निर्धारण, स्रोतको पारदर्शिता तथा पाठकप्रति जवाफदेहिता कायम गर्न संरचनात्मक सुधार आवश्यक रहेको यस

अध्ययनमा निष्कर्ष निकालिएको छ । एआई र पत्रकारिताविचको सम्बन्धलाई विवेकशील, मानव केन्द्रित र मूल्य केन्द्रित बनाउँदै लैजान कानुन, पेसागत शिक्षा र संस्थागत अभ्यासविच समन्वय अपरिहार्य देखिन्छ । नेपाली पत्रकारितामा एआईले कार्यक्षमता बढाए पनि सत्यता, पारदर्शिता र जवाफदेहितामा चुनौती थपेको छ । आचारसंहिता, कानुन र संस्थागत सुधारमार्फत मानव-केन्द्रित पत्रकारिता आवश्यक ठहरिन्छ भन्ने देखाउनु नै यो अध्ययनको सार हो ।

शब्दकुञ्जी: पत्रकारिता, आचारसंहिता, कृत्रिम बौद्धिकता

विषय प्रवेश

सूचना प्रविधिको तीव्र विकासले विश्वमा सञ्चार क्षेत्रलाई अभूतपूर्व तरिकाले रूपान्तरण गरेको छ । विशेषतः कृत्रिम बौद्धिकता (आर्टिफिसियल इन्टेलिजेन्स-एआई)को उदयपछि पत्रकारितालाई प्रविधिमैत्री मात्रै बनाइरहेको छैन, पत्रकारिताको मूल्य र आचारसंहितासम्बन्धी नयाँ बहसको बीजारोपणसमेत गरेको छ । एकातिर, एआईको सहयोगले सामग्री सङ्कलन, विश्लेषण, लेखन र सम्पादन प्रक्रिया प्रभावकारी र गतिशील बनेको छ भने अर्कोतर्फ यन्त्रले उत्पन्न गर्ने सामग्रीको सत्यता, निष्पक्षता, स्रोत प्रामाणिकता र जिम्मेवारीको सवालले पत्रकारिताको मौलिक मर्ममा चुनौती खडा गरेको छ ।

नेपालको सन्दर्भमा पत्रकारिता अभ्यासले ऐतिहासिकरूपमा सामाजिक उत्तरदायित्व, लोककल्याण र सूचनाको स्वतन्त्रताजस्ता मान्यतालाई आधार मानेर आफ्नो यात्रा तय गरेको छ । गोरखापत्रजस्ता संस्थाबाट सुरु भएको छापापत्रयुग पार गर्दै आज डिजिटल युगसम्म आइपुग्दा नेपाली पत्रकारिताले अनेक चरणको अनुभव बटुलेको छ । अहिले भने सञ्चार माध्यमले स्क्रिप्ट लेखन, सम्पादन, शीर्षक निर्माण, अनुवाद, तथ्य पुष्टि, डाटा पत्रकारिता, भिडियो सम्पादनदेखि लिएर सामाजिक सञ्जाल व्यवस्थापनसम्मका कार्यमा कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)लाई उपयोग गर्न थालेका छन् । यसरी प्रविधिको साथ सङ्गतले पत्रकारितालाई नयाँ गति दिएको छ तर, यसको प्रभावसँगै जिम्मेवारी र चुनौतीको नयाँ परिप्रेक्ष्य पनि उजागर भएको छ ।

पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६)मा कृत्रिम बौद्धिकता (एआई) शब्दको प्रत्यक्ष उल्लेख नभए पनि यसको प्रयोगसँग जोडिएका आधारभूत मूल्यहरू स्पष्टरूपमा प्रकट भएका छन् । सत्यता, स्रोतप्रतिको जिम्मेवारी, पारदर्शिता, सम्पादनको उत्तरदायित्व, भ्रामक वा अपुष्ट समाचारको निषेध र सामाजिक सञ्जालमा संयमित आचरणजस्ता प्रावधानलाई एआई

प्रयोगसम्बन्धी नैतिक मापदण्ड निर्माणको आधारका रूपमा व्याख्या गर्न सकिन्छ तर हालसम्मका कुनै पनि पत्रकार आचारसंहिता वा कानुनी दस्तावेजले एआई प्रयोगले जन्माउने नैतिक, पेसागत र कानुनी प्रश्नलाई प्रत्यक्षरूपमा सम्बोधन गर्न सकेका छैनन् । केही समययता नेपाल पत्रकार महासङ्घ र प्रेस काउन्सिल नेपालले एआईबारे छलफल आरम्भ गरेका छन् भने अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घले 'एआई आचारसंहिता' (२०८२) जारी गरेर महत्वपूर्ण पहल गरेको छ । यद्यपी यी प्रयासहरू अबै संस्थागत, बाध्यकारी र व्यापक कार्यान्वयनमा पुग्न सकेका छैनन् ।

अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा भने युनेस्को, युरोपेली सङ्घ, अमेरिका, सिङ्गापुरलगायत मुलुकले पत्रकारितामा एआई प्रयोगसँग सम्बन्धित आचारसंहिता अद्यावधिक गर्दै आएका छन् । यसरी राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय अनुभवको तुलनाले पत्रकारितामा एआई प्रविधि प्रयोग गर्दा स्पष्ट नीति, उत्तरदायित्वको परिभाषा र मानवीय सम्पादन संयन्त्र अपरिहार्य हुन्छ भन्ने देखाउँछ ।

नेपाली पत्रकारितामा एआईले अवसर र चुनौती दुवै सिर्जना गरेको छ । यसले साना सञ्चार माध्यमलाई छिटो र बहुभाषिक समाचार उत्पादन, तथ्य विश्लेषण र कार्यगत गतिशीलतामा सहयोग गरेको छ तर तथ्यको सत्यता सुनिश्चित गर्न कठिनाई, स्रोत अस्पष्टता, गलत सूचना प्रसारको सम्भावना, गोपनीयता उल्लङ्घन र पेसागत जिम्मेवारी कमजोर हुने जोखिम पनि उभिएका छन् । यही कारण नेपालमा एआई प्रयोग, आचारसंहिता र नैतिकताबारे गम्भीर बहस बढेको छ । अन्तर्राष्ट्रिय अभ्याससँग तुलना गर्दा पनि स्पष्ट हुन्छ कि प्रविधिको प्रयोग मात्र होइन, यसको उत्तरदायी प्रयोग सुनिश्चित गर्न सैद्धान्तिक, कानुनी र संस्थागत सुधार अपरिहार्य छ ।

समाचार कक्षमा एआईको प्रयोग सबै क्षेत्रमा उपयुक्त हुँदैन । विशेषतः सम्पादकीय लेखनमा कृत्रिम बौद्धिकता प्रयोग नगर्नुपर्ने स्पष्ट आवश्यकता देखिन्छ । सम्पादकीय लेखन केवल शब्दहरूको संयोजन मात्र होइन, यो घटनाको मर्म बुझेर संवेदनशीलता र सामाजिक चेतनासहित प्रस्तुत गरिने अभ्यास हो । यसमा विषयको सन्दर्भ, भौगोलिक पृष्ठभूमि, समयको सान्दर्भिकता र पाठकको मानसिक अवस्थासम्मको सूक्ष्म मूल्याङ्कन आवश्यक हुन्छ, जुन मेसिन वा एआईले गर्न सम्भव छैन (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ९६) । सम्पादकीय लेखनलाई मानवीय विवेक, अनुभव, संवेदनशील चेतना र पत्रकारको नैतिक प्रतिबद्धताको अविभाज्य अभ्यासका रूपमा जोगाउन अपरिहार्य हुन्छ ।

पछिल्ला वर्षमा अनलाइन पत्रकारिताको प्रभाव तीव्ररूपमा बढ्दै गएको

छ । एआई प्रविधिले समाचार सङ्कलन, सम्पादन र प्रसारणमा 'नयाँ क्रान्ति' नै ल्याइसकेको छ । प्रसारण र अनलाइन माध्यममार्फत सूचनाको तीव्र प्रवाह, एआई प्रविधिको सहज पहुँच र नागरिक सहभागिताको विस्तारले पत्रकारिताको दायरा थप व्यापक बनेको छ । यसै प्रक्रियाले 'मोबाइल पत्रकारिता' र 'नागरिक पत्रकारिता'का नयाँ आयामहरूलाई जन्म दिएको छ तर यो विस्तारसँगै पेसागत चुनौतीमा भाषिक अनुशासनको प्रश्न पनि उग्ररूपमा देखापरेको छ (निरौला, २०८२, पृ. ५) । प्राविधिक अवसरको उपयोगसँगै भाषिक शुद्धता र व्यावसायिक अनुशासनलाई सन्तुलनमा राख्नसके मात्र डिजिटल युगको पत्रकारिता वास्तवमै जिम्मेवार र दिगो बन्नसक्छ ।

पत्रकारितामा कृत्रिम बौद्धिकताको प्रयोगसँगै पत्रकार र बुद्धिजीवीको भूमिकाबारे गम्भीर प्रश्न उठिरहेका छन् । यदि मान्छेले गर्ने कामहरू कमशः मेसिनलाई जिम्मा दिइन् थाल्यो भने बुद्धिजीवी र पत्रकारको स्थान कहाँ रहने भन्ने चिन्ता स्वाभाविक हो । यसरी हेर्दा पत्रकारिता पेसामा आकर्षण घट्ने सम्भावना देखिए पनि पत्रकारिता स्वयम् भने प्रविधिको साथमा परिमार्जित हुँदै जाने निष्कर्ष निकाल्न सकिन्छ (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ९९) । प्रविधिले स्वरूप बदले पनि पत्रकारकै विवेक, सिर्जनशीलता र सामाजिक उत्तरदायित्वले पत्रकारिताको वास्तविक सारलाई जोगाइराख्ने अपेक्षा रहन्छ ।

पत्रकारिताको मूलआत्मा खोजी र सिर्जनशीलतामा निहित हुन्छ, तर पछिल्ला प्रविधि विकास, विशेषतः एआईको प्रयोगले यस आत्मामाथि नै प्रश्न उठाएको छ । एआई मूलतः इन्टरनेटमा उपलब्ध सूचनाको पुनरुत्पादन गर्ने प्रविधि हो । यसैले गर्दा अपुष्ट वा भ्रामक डाटा समेत समाचारका रूपमा आउन सक्ने खतरा छ । त्यसैले एआईलाई स्रोत र सूचनाका लागि उपयोग गर्न सकिए पनि यसको आधारमा मात्र समाचार उत्पादन गर्नु पत्रकारिताको खोजी र सिर्जनशीलताको अन्त्य हुने देखिन्छ (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. १०१-१०२) । यस पृष्ठभूमिमा पत्रकारितामा एआईलाई केवल सहयोगी उपकरणको रूपमा सीमित राख्दै खोजी र सिर्जनशीलतालाई पत्रकारकै मौलिक क्षमता, विवेक र संवेदनशीलतासँग जोडेर अघि बढाउनु अपरिहार्य हुन्छ ।

अध्ययन विधि

यस अनुसन्धानले गुणात्मक अध्ययन पद्धतिको प्रयोगमार्फत पत्रकार आचारसंहिता र कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)बिचको अन्तरसम्बन्धलाई नेपाली सन्दर्भमा गहिराइपूर्वक विश्लेषण गरेको छ । अध्ययनले दस्तावेजीय विश्लेषण,

तुलनात्मक दृष्टिकोण र सैद्धान्तिक परीक्षण विधिलाई लिएको छ । सबैभन्दा पहिला नेपाल सरकारद्वारा स्वीकृत राष्ट्रिय एआई नीति २०८२, प्रेस काउन्सिल नेपालले जारी गरेको पत्रकार आचारसंहिता २०७३, पत्रकार आचारसंहिता २०७३ (पहिलो संशोधन २०७६), सञ्चार तथा सूचना प्रविधि नीति २०७२, प्रेस काउन्सिल ऐन २०४८ र अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घद्वारा जारी ‘अनलाइन टिभी एआई आचारसंहिता २०८२’ जस्ता उपलब्ध नीति, ऐन र मापदण्डलाई प्राथमिक स्रोतका रूपमा अध्ययन गरिएको छ । यी दस्तावेजहरूले पत्रकारिता र एआईको प्रयोगविचको सम्बन्ध र त्यसका नियमन पक्षबारे मौलिक बुझाइ दिन्छन् । पत्रिका (छापा), रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइनलगायत सञ्चार माध्यममा एआई प्रयोग गरिएका अभ्यासका बारेमा भएका विभिन्न अध्ययन तथा विज्ञलाई धारणा र विभिन्न माध्यममा प्रकाशित अन्तर्वार्ता, विचारलाई यस अध्ययनको आधारका रूपमा लिइएको छ । साथै मोबाइल पत्रकारिता (मोजो), समाचार स्क्रिप्ट लेखनमा च्याटजिपिटी, गुगल ट्रान्सेलनसजस्ता एआई उपकरणको प्रयोग, अनुवाद, फ्याक्ट चेकिङमा एआई उपकरण (गुगल फ्याट चेक एक्प्लोर) तथा स्वचालित भिडियो हेडलाइन निर्माणजस्ता एआई प्रविधिको प्रयोग र तिनको व्यावहारिक प्रभावका विषयमा विभिन्न संस्था तथा व्यक्तिहरूले सम्बन्धित विषयमा सार्वजनिक गरेका तथ्य, रिपोर्ट र विज्ञको धारणासमेत समावेश गरिएको छ । साथै यस अध्ययनमा अन्तर्राष्ट्रिय सन्दर्भहरूलाई समेत तुलनात्मक विश्लेषणका रूपमा प्रयोग गरिएको छ ।

सैद्धान्तिक पर्याधार

पत्रकारिता र कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)को अन्तरसम्बन्ध बुझ्न सैद्धान्तिक दृष्टिकोण अत्यावश्यक छ । पत्रकारिता परम्परागतरूपमा समाजप्रति उत्तरदायित्व, पारदर्शिता, सत्यता र निष्पक्षताजस्ता मूल्यमा आधारित पेसा हो र यसको अभ्यास कानुनी तथा नैतिक ढाँचाबाट निर्देशित हुन्छ । एआई प्रविधि भने डाटामा आधारित निर्णय, स्वतः सिर्जना र यन्त्र-मानव सहकार्यलाई सम्भव बनाउँछ । जब यी दुई क्षेत्रको अन्तरसंवाद हुन्छ, तब प्रविधिको निष्क्रियता र पत्रकारिताको उत्तरदायित्वविच द्वन्द्वात्मक अवस्था उत्पन्न हुन्छ । यस अध्ययनको सैद्धान्तिक आधार दुईतहमा स्थापित गरिएको छ । पहिलो, नैतिक पत्रकारिता सिद्धान्त र दोस्रो, एआई नीति तथा उत्तरदायित्व सिद्धान्त । यी दृष्टिकोणले समाज, पत्रकारिताजगत् र प्रविधिको भूमिकाबारे गहन अन्तरदृष्टि प्रदान गर्छन् ।

नैतिक पत्रकारिता सिद्धान्तमा विशेषरूपमा सामाजिक उत्तरदायित्व सिद्धान्त

महत्वपूर्ण मानिन्छ । यस सिद्धान्तले प्रेस स्वतन्त्र त हुनुपर्छ तर त्यो स्वतन्त्रता समाजप्रति उत्तरदायित्वको सीमाभित्र बाँधिएको हुनुपर्छ भन्ने मान्यता राख्छ । पिटरसन (१९५६)का अनुसार प्रेस स्वतन्त्रता सधैं समाजप्रतिको उत्तरदायित्वसँग सन्तुलित हुनुपर्छ, जसको अर्थ मिडियाले नाफामुखी प्रयोजनभन्दा बढी सत्य, निष्पक्ष र समग्र सूचनाको प्रवाहमा ध्यान दिनुपर्छ । हचिन्स आयोग (१९४७)का सिफारिसअनुसार यदि प्रेसले आफ्नो काम जिम्मेवारीका साथ नगरे, जनताको हित जोगाउन सरकारको हस्तक्षेप आवश्यक हुनसक्छ । यही सैद्धान्तिक मूल्य आजको प्रविधि युगमा पनि सान्दर्भिक छ । यन्त्रले समाचार सामग्री उत्पादन गरे पनि जिम्मेवारी अन्ततः मानवीय नै हुनुपर्छ ।

एआईसम्बन्धी सैद्धान्तिक आधारका रूपमा फ्लोरिडी र काउल्स (२०१९) ले प्रस्ताव गरेको एआई एथिक्स फ्रेमवर्क महत्वपूर्ण छ । यसले प्रविधिको प्रयोग पाँच मूल्यमा आधारित हुनुपर्छ भन्ने मान्यता राख्छ । जस्तै: कल्याण, हानी रहितता, स्वायत्तता, न्याय र स्पष्टता । यस्तै, युनेस्को (२०२१)ले एआईले मानव अधिकारको सम्मान गर्न, निष्पक्ष र सर्वसमावेशी, पारदर्शी र समाजको हितका लागि जिम्मेवार रूपमा प्रयोग हुनुपर्ने आवश्यकता औल्याएको छ । जवाफदेहिताको सिद्धान्त पनि एआई सैद्धान्तिक आधारमा महत्वपूर्ण छ । मार्क कोएकेलबर्ग (२०२०)ले आफ्नो पुस्तक AI Ethics मा व्याख्या गरेअनुसार एआई प्रणालीबाट उत्पन्न नतिजाप्रति अन्ततः मानव जिम्मेवार हुन्छ । यसको जिम्मेवारी केवल विकासकर्ता वा प्राविधिक मात्र होइन; प्रयोगकर्ता, कम्पनी, सरकार र समाज सबैले लिनुपर्छ । यदि एआईद्वारा उत्पादन गरिएको समाचार पूर्वाग्रही छ भने जिम्मेवारी एआईमा होइन, मानव सम्पादक वा सञ्चार संस्था माथि पर्छ । यसले स्पष्ट गर्छ कि, एआई केवल उपकरण हो र यसको प्रयोग, नियन्त्रण तथा उत्पादनमा देखिएको पूर्वाग्रह मानव निर्णयको परिणाम हो ।

नेपालमा यी सैद्धान्तिक मूल्यहरू अबै संस्थागत अभ्यासमा रूपान्तरित हुन सकेका छैनन् । यद्यपी प्रेस काउन्सिल नेपालले सत्य, निष्पक्षता र स्रोत-जाँचमा आधारित आचारसंहिता जारी गरेको छ । पत्रकारितामा एआई प्रयोगको सन्दर्भमा यी मूल्यहरूको कार्यान्वयन आवश्यक भएकाले, यस अध्ययनले नेपालका सञ्चार माध्यममा एआई प्रयोगको वास्तविक अवस्थाको मूल्याङ्कन गर्ने उद्देश्य राख्छ ।

नेपालका समाचार माध्यममा एआईको प्रयोग

नेपाली सञ्चार माध्यममा कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)को प्रयोग विगत केही वर्षयता तीव्ररूपमा फैलिएको छ । प्रारम्भिक चरणमै भए पनि यसको प्रयोगका

स्वरूपमा विविधता देखिन थालेको छ । एआईको प्रयोग समाचार लेखन, भाषा अनुवाद, स्क्रिप्टिङ, तथ्य जाँच, सामाजिक सञ्जाल व्यवस्थापन, भिडियो सम्पादन, चित्र तथा ग्राफिक्स निर्माण, हेडलाइन निर्माण, अडियो/भ्वाइस क्लोनिङ, डाटा विश्लेषणलगायत क्षेत्रमा बढ्दै गएको छ । पत्रकारितामा एआईको प्रयोग र यसको प्रभावबारे अजय शर्मा र शिव पुरी (२०८२)ले मुलुकको सङ्घीय राजधानीका २५ वटा छाप, रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइन सञ्चारगृहमा केन्द्रित अन्तर्वार्तामूलक अनुसन्धान गरेका छन् । सो अध्ययनमा सहभागीलाई एआईबाट तथ्य जाँच गर्दा समाचारको शुद्धतामा सुधार आउँछ कि आउँदैन ? भन्ने प्रश्नमा ८८% सहभागीले आंशिकरूपमा सुधार गर्नसक्छ भन्ने धारणा राखेका छन्, भने बाँकी ८% सहभागीले मात्र यसले निश्चितरूपमा शुद्धता सुधार गर्छ भन्ने मत व्यक्त गरेका छन् (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ११६) । यसले एआईप्रति सञ्चार माध्यम र पत्रकारविच विश्वास बढ्दो क्रममा रहेको तर पूर्णरूपमा भरपर्दो माध्यमका रूपमा अबै स्वीकार गर्न नसकिने देखाउँछ । अध्ययनमा एआईद्वारा निर्माण गरिएका समाचार सामग्री छन् भने त्यसलाई कति विश्वास गर्न सकिन्छ ? भन्ने प्रश्नमा ९२% सहभागीले सामग्री र स्रोतमा निर्भर रहने मत व्यक्त गरेका छन् । उनीहरूले सामग्रीको गुणस्तर, सन्दर्भ, स्रोत र सन्देश स्पष्ट भएमा मात्र स्वीकार गर्न सकिने, नभए एआईद्वारा बनाइएका समाचारप्रति स्वाभाविकरूपमा शङ्का रहने बताएका छन् । बाँकी केही सहभागीले स्पष्ट रूपमा एआई प्रयोग गरी बनाइएका समाचारप्रति विश्वास गर्ने मत व्यक्त गरेका छन् (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ११६) ।

अध्ययनका क्रममा एआई एल्गोरिदम प्रयोग गरी मिडियामा सामग्री सिफारिस गर्ने प्रणाली विश्वभर लोकप्रिय बन्दै गएको छ । सोही प्रणालीको प्रयोगबारे गरिएको प्रश्नमा ५६% सहभागीले अबै यस्तो प्रणाली प्रयोग नगरेको, १६% सहभागीले यसबारे जानकारी नभएको र बाँकी २८% सहभागीले आफ्नो सञ्चारगृहले समाचार सिफारिस प्रणाली नियमित रूपमा प्रयोग गर्ने बताएका छन् (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ११६) । अजय शर्मा र शिव पुरी (२०८२) को अध्ययनका क्रममा एआईले पाठकको प्राथमिकता बुझ्न कति मद्दत गर्छ ? भन्ने प्रश्नमा सहभागीहरूबिच भिन्न धारणा पाइयो । अध्ययनमा ५६% सहभागीले एआई यसमा मद्दत गर्छ भनेका छन् भने २८% सहभागीले यसले मद्दत गर्दैन भन्ने मत व्यक्त गरे । बाँकी १६% सहभागीले यसबारे आफूलाई जानकारी नभएको बताए । यसले देखाउँछ कि सामग्री कस्टमाइजेसनमा एआईले केही हदसम्म योगदान दिए पनि अबै सबैका लागि विश्वसनीय उपकरण बन्न सकेको छैन ।

मिथ्या सूचना (misinformation/disinformation) र पूर्वाग्रही समाचार

(biased news)का विषयमा गरिएको प्रश्नमा सहभागी सञ्चारकर्मीको ठुलो भागले गम्भीर चिन्ता व्यक्त गरे । अध्ययनअनुसार ८०% सञ्चारकर्मीले मिथ्या सूचना प्रवाह हुने खतरा मुख्य चिन्ता भएको बताए । बाँकीले पूर्वाग्रही समाचार, पारदर्शिताको अभाव, रचनात्मकता कमजोर पार्ने, पत्रकारलाई निष्क्रिय बनाउने, रोजगारी खोसिने सम्भावनाजस्ता अन्य खतरालाई उल्लेख गरे तर केही सहभागीले भने सचेत, सजग र व्यावसायिकरूपमा प्रयोग गर्न सकिएमा एआईले सामग्रीको शुद्धता र गुणस्तरमा उल्लेखनीय सुधार गर्नसक्ने धारणा पनि व्यक्त गरे (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ११७) । अध्ययनले देखाउँछ कि नेपाली समाचार कक्ष हाल एआई प्रविधि अपनाउने प्रारम्भिक चरणमा छन् ।

सञ्चारकर्मीको बुझाइ र प्रयोग अबैसीमित छ । विकसित मुलुकको तुलनामा नेपालका सञ्चारगृहमा एआईको उपयोग न्यून छ । तथापि केही प्रमुख सञ्चार माध्यमले समाचार सङ्कलन, सम्पादन, अनुवाद, तथ्य जाँच, सामग्री सिफारिस, तथा श्रव्यदृश्य सामग्री उत्पादनमा एआई प्रयोग गर्न थालेका छन् (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ९६) । अध्ययन (२०८२)का अनुसार ठुला मिडियाले एआई प्रयोग गर्न थाले पनि अधिकतम प्रयोग अबैसी सम्भव भएको छैन । यस अवस्थामा मुख्य चुनौती प्रविधिगत चेतना, प्राविधिक पूर्वाधारको अभाव, भाषा र सन्दर्भको उपर्युक्तता साथै समाचारको मौलिकता र विश्वसनीयता जोगाउने सवालसँग जोडिएका छन् । मिडियामा एआई प्रयोग गर्दा पत्रकारिताका आधारभूत मूल्य र आचारसंहिता पालन गर्नु अपरिहार्य हुन्छ । आचारसंहिताविपरीत जथाभावी प्रयोग, प्रतिलिपि अधिकार उल्लङ्घन वा हुबहु कपी गर्ने प्रवृत्ति प्रविधिको दुरुपयोगका रूपमा बुझिनुपर्छ ।

यस्ता दुरुपयोगलाई रोक्न सकिए मात्र एआईबाट धेरै फाइदा लिन सकिन्छ । त्यसैले, पत्रकारितामा एआईको सही र नैतिक प्रयोगलाई सुनिश्चित गर्दै यसको प्रभावकारिता र विश्वसनीयता बढाउनु आवश्यक छ (काउन्सिल, २०८१ पुस) ।

नेपाली पत्रकारितामा जेनेरेटिभ एआईको प्रयोग हालसम्म मुख्यतः अन्तर्राष्ट्रिय प्रविधि कम्पनी जस्तै; ओपनएआई, अल्फाबेट वा मेटाले तयार गरेका पूर्वाधारमा आधारित देखिन्छ तर अन्तर्राष्ट्रिय अभ्यासले देखाएभैं केवल उपलब्ध प्रविधि उपभोग गर्ने नभइ आफ्नो भाषिक, सांस्कृतिक र सामाजिक सन्दर्भलाई प्राथमिकता दिँदै दिगो र उत्तरदायी एआई विकासमा स्वदेशी प्रयास गर्नु अपरिहार्य छ (सुवेदी, २०८१, पृ. १९) । यसरी मात्रै नेपाली पत्रकारिताले एआईलाई उत्तरदायी र समाजोपयोगी रूपमा आत्मसात गर्न सक्नेछ ।

समाचार सङ्कलन, सम्पादन, अनुवाद, तथ्य जाँच र सामग्री उत्पादनका क्षेत्रमा एआईको प्रयोग केही ठुला सञ्चार माध्यमहरूले प्रारम्भ गरिसकेका छन् ।

प्राध्यापक रामकृष्ण रेग्मी (२०८२), वरिष्ठ पत्रकार नारायण शर्मा (२०८२) र पुरुषोत्तम दाहाल (२०८२) जस्ता विज्ञहरूले एआईलाई पत्रकारिताको सहायक औजारका रूपमा मात्र लिन सकिने तर पूर्ण निर्भरता खतरनाक हुने चेतावनी दिएका छन् । सम्पादकीय लेखन, संवेदनशील टिप्पणी तथा खोजमूलक रिपोर्टिङ जस्ता क्षेत्रमा मानवीय विवेक, संवेदना र नैतिकमूल्यको भूमिका अपरिहार्य रहन्छ (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. १३२) । त्यसैले समाचार क्षेत्रको संवेदनशीलता र विश्वसनीयता जोगाउन एआईलाई सहायक उपकरणका रूपमा मात्र प्रयोग गरी अन्तिम निर्णय र विवेचनामा पत्रकारकै उत्तरदायित्व कायम राख्नुपर्ने आवश्यकता छ ।

शिव गाउँले (२०८१) जेनेरेटेड कन्टेन्टबारे हालसम्म नेपाली सञ्चार क्षेत्रमा स्पष्ट नीति नबनेकाले ठुला दुर्घटनाको सम्भावना रहेको चेतावनी दिनुहुन्छ । कन्टेन्ट डेलिभरीमा मिडिया संवेदनशील हुन जरुरी छ । एआईलाई विशेषतः तथ्य जाँच र ज्ञानमा प्रयोग गर्न सकिन्छ भन्ने सुझाव गरिएको छ (फाउन्डेसन, २०८१) । नेपालमा पनि नीतिगत तहमा स्पष्ट मार्गनिर्देशन तयार गरेर जेनेरेटेड कन्टेन्टको प्रयोगलाई उत्तरदायी र सुरक्षित बनाउन आवश्यक छ ।

एआईको प्रयोग गर्दा सबै समाचार सामग्रीको पुनः परीक्षणपछि मात्रै प्रयोग गरिने, एआईको प्रयोगकै कारणले मानव शक्तिलाई विस्थापित नहुनेतर्फ भरमग्दुर प्रयास गरिने, एआईको प्रयोगका लागि जनशक्तिलाई अभिमुखीकृत गर्दै सक्षम बनाइने, एआईको अभ्यासबाट प्राप्त तथ्य, तथ्याङ्क तथा सिर्जनाको प्रतिलिपि अधिकार ख्याल हुनुपर्नेतर्फ समेत सजग हुनुपर्छ (काउन्सिल, २०८१) । काउन्सिलका अनुसार, एआई प्रविधिले दिएको अवसर हो । यो अवसर सदुपयोग गरी रचनात्मक प्रयोग गर्नसके अन्य क्षेत्रजस्तै मिडियामा समेत यसले कायापलट ल्याउन सक्छ । त्यसको लागि डिजिटल साक्षरता अभियान बढाउनुपर्छ । साथसाथै पत्रकार र सञ्चार माध्यमले पालना गर्नुपर्ने आचारसंहिताको घेराभित्र बसी एआईको सदुपयोग गर्नुपर्छ ।

भानुभक्त आचार्य (२०८१) पत्रकारितामा एआई प्रयोग गर्दा पारदर्शिता, जवाफदेहिता, गोपनीयता, डाटा सुरक्षा, कपिराइट, मिथ्या सामग्री, एआई क्षमता र मानवीय हस्तक्षेपबिच सन्तुलन कायम गर्नुपर्ने आवश्यकता औल्याउनुहुन्छ । मानवीय हस्तक्षेपबिना वा सामग्रीको पारदर्शिताबिना एआई प्रविधिबाट उत्पादन भएको सामग्री प्रयोग गर्नु दुर्घटनाप्रति उन्मुख हुने खतरा हो (फाउन्डेसन, २०८१) । त्यसैले सम्पादकीयस्तरमा अन्तिम निर्णय गर्ने स्पष्ट प्रक्रिया र आचारसंहितामुखी मार्गदर्शन आवश्यक छ ।

विपुल पोखेल (२०८२) हालसम्म एआईले पत्रकारितामा कस्तो असर पार्ने

भन्ने प्रश्नको स्पष्ट उत्तर नपाइएको बताउँदै यस्तो अवस्थामा सचेततासाथ पत्रकारिताको निरन्तरता सुनिश्चित गर्नु समयको माग बनेको बताउनुहुन्छ । पत्रकार महासङ्घद्वारा सुरु गरिएको फ्री-मिडिया नेटवर्कजस्ता सञ्जालले मिडिया र नागरिक समाजविच अन्तरक्रिया बढाइ प्रेसप्रति नागरिकका अपेक्षा बुझ्ने र तदनुसारको पत्रकारिता गर्ने वातावरण तयार पारिरहेका छन् (शर्मा, पुरी, २०८१, पृ. ६-७) । यसरी एआईको चुनौतीविच पनि पारदर्शिता, उत्तरदायित्व र नागरिक अपेक्षासँग मेल खाने पत्रकारिता प्रवर्धन गर्नु नै लोकतान्त्रिक अभ्यासलाई सुदृढ गर्ने प्रमुख आधार देखिन्छ ।

कुमार भट्टराई (२०८२) एआई प्रयोग गर्दा सामग्रीमा पूर्वाग्रह आउन सक्ने सम्भावनावारे पनि चिन्ता व्यक्त गर्नुहुन्छ । भूगोल बुझ्ने दक्ष इन्जिनियरिङ टिमबाट मौलिक एआई प्रणाली विकास गर्न सकिए पूर्वाग्रह न्यूनीकरण गर्न सकिने सम्भावना रहेको अध्ययनमा देखिन्छ । साथै, पारदर्शिता सुनिश्चित गर्न समाचार कक्षभित्र कार्यादेशअनुसार अनुशासन आवश्यक हुने निष्कर्ष निकालिएको छ (शर्मा, पुरी, २०८२, पृ. ११५) । स्पष्ट नीतिगत मापदण्ड, नियमित परीक्षण र व्यावसायिक अनुशासनलाई प्राथमिकता दिन सकियो भने पूर्वाग्रह नियन्त्रण र विश्वसनीय पत्रकारिता सम्भव हुन्छ ।

नेपालमा केही संस्थागत पहलहरू पनि भएका छन् । नेपाली रेडियो नेटवर्कले १८ बुँदे 'कृत्रिम बौद्धिकता (एआई) नीति' २०८१ जारी गरेको छ । यस्तै, अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घले 'एआई आचारसंहिता' (२०८२) सार्वजनिक गरेको छ । यस आचारसंहितामा उल्लेख गरिएभैं, नेपाली सञ्चार माध्यममा एआई प्रयोग तीव्र गतिमा बढ्दै गएको छ, जसले पत्रकारितालाई सहज बनाएको छ भने विश्वसनीयता, उत्तरदायित्व र जिम्मेवारीबारे नयाँ चुनौती पनि उत्पन्न गरेको छ । आचारसंहिताले एआईको सही र जिम्मेवार प्रयोगतर्फ सञ्चारकर्मीलाई प्रेरित गर्ने उद्देश्य लिएको छ । सङ्क्षेपमा भन्नुपर्दा, नेपालमा पत्रकारितामा एआई प्रयोग तीव्र गतिमा फैलिँदै गएको छ तर नीति, कानुनी आधार, नैतिक मूल्याङ्कन र सार्वजनिक पारदर्शिता पक्ष भन्ने संस्थागत बनेको छैन । यहीकारण एआई प्रयोगले पत्रकारिताको भौतिक स्वरूप मात्र होइन, मूल्यगत र उत्तरदायित्वसम्बन्धी स्वरूपमा समेत आमूल परिवर्तन ल्याउने सङ्केत गरेको छ ।

एआई र पत्रकार आचारसंहिता

कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)को उदयसँगै पत्रकारिताको कार्यक्षेत्र, कार्यशैली र व्यावसायिक संरचनामा आमूल परिवर्तनको लहर देखिएको छ । स्वतः समाचार

लेखन, हेडलाइन निर्माण, अनुवाद, तथ्य परीक्षण, चित्र वा भिडियो सम्पादनजस्ता कार्यमा एआईको प्रयोग भइसकेको छ तर यिनै प्रविधिले पत्रकार आचारसंहिता, मिडियाको सामाजिक उत्तरदायित्व र स्रोत पारदर्शितालाई गम्भीर चुनौती पनि दिएको छ (शर्मा, २०८०, पृ. क) । नेपाली पत्रकारिताको सन्दर्भमा प्रेस काउन्सिल नेपालले २०७३ मा जारी गरेको पत्रकार आचारसंहिता र त्यसको पहिलो संशोधन (२०७६) मा पत्रकारिता पेसासँग सम्बन्धित मूल्य, मर्यादा र आचरणका मापदण्डहरू समावेश छन् । ती मापदण्डमा सत्य, निष्पक्षता, वस्तुनिष्ठता, स्रोतको विश्वसनीयता, गोपनीयताको रक्षा, सम्मानजनक भाषा प्रयोग तथा समाजमा विकृति फैलाउने आशय नहुने गरी सामग्री सम्प्रेषण गर्नुपर्ने धारणा समेटिएको छ तर यी आचारसंहिता विशेषतः एआईजस्ता नयाँ प्रविधिका लागि अद्यावधिक भएका छैनन् ।

वर्तमान आचारसंहिता नै एआईले सिर्जना गर्ने सामग्री, जिम्मेवारीको निर्धारण, स्रोतको पारदर्शिता र सामग्रीको व्याख्या क्षमताबारे मौन छ । एआई प्रयोग गरिएका सामग्री मानवीय सम्पादनबिना सार्वजनिक गरिएमा त्यसको सम्पूर्ण जिम्मेवारी कसको हुने ? समाचारको स्रोत मानिन्छ कि केवल एआईलाई एउटा ‘उपकरण’ मात्र मानिने ? यस्ता प्रश्नमा वर्तमान आचारसंहिता स्पष्ट छैन । प्रविधिको सङ्गतिपूर्ण उपयोग मानव समुदायका लागि वरदान भए पनि यसको असङ्गत प्रयोगले नैतिकता र मूल्यमा आधारित सामाजिक सहिष्णुतामा विकृति ल्याउने सम्भावना त्यत्तिकै रहन्छ । यही कारण, पत्रकारितामा एआई प्रयोग गर्दा नैतिकता र आचारसंहिताका सवालमा विशेष जोड दिन अपरिहार्य हुन्छ । यसलाई ध्यानमा राख्दै प्रस्तुत कृतिले पनि यो पक्षलाई गम्भीरताका साथ औल्याएको छ । यसको अर्थ, क्रियाशील पत्रकारको ज्ञान, अभ्यास र सिपसँगै पत्रकारिता शिक्षामार्फत नैतिकता र सामाजिक जिम्मेवारीलाई अभिखण्डित बनाउनुपर्ने आवश्यकता रहेको छ (शर्मा र पुरी, २०८२, पृ. ६) । अजय शर्मा र शिव पुरी (२०८२) का अनुसार एआईबाट प्राप्त सूचना सदैव सत्य हुँदैन, त्यसैले कुनै पनि सूचना प्रकाशन गर्नुअघि तथ्य जाँच गर्ने जिम्मा पत्रकारकै हुन्छ । उनीहरूको भनाइमा, “एआईले सूचना दिन्छ तर समाचार बनाउने काम पत्रकारकै हो ।”

प्रेस काउन्सिल नेपाल (२०८१) का अनुसार सञ्चार माध्यम र पत्रकारले आचारसंहिताभित्र रहेर मात्र एआईको सदुपयोग गर्नुपर्छ । काउन्सिलले एआईको भरपुर उपयोग गरी आफ्ना कार्यक्रम छिटोछरितो, विश्वसनीय र परिणाममुखी ढङ्गले सम्पादन गर्नसक्ने तर्क गर्दै पत्रकारिता जगतलाई यसतर्फ प्रेरित गरेको

छ (संहिता, २०८१, पुस) । यसरी आचारसंहिताभित्र रहेर एआईको उपयोग गरे मात्र पत्रकारिता व्यवसायले आफ्नो विश्वासनीयता जोगाउँदै आधुनिक प्रविधिबाट प्राप्त अवसरलाई रचनात्मकरूपमा उपयोग गर्न सक्छ ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घका अध्यक्ष निर्मला शर्मा (२०८२) एआई प्रयोगसम्बन्धी स्पष्ट नीति र आचारसंहिता निर्माण गर्नुपर्ने आवश्यकता औल्याउँछिन् । पत्रकार महासङ्घले एआई प्रयोगलाई प्राथमिकतामा राखी आचारसंहितामा एआईसम्बन्धी प्रावधान समावेश गर्ने निर्णय गरिसकेको छ । उनीहरूको भनाइमा “एआई न पूर्ण विकल्प हो, न सबै समस्या समाधान गर्ने उपकरण ।” तर यदि यसलाई जिम्मेवार, समझदारीपूर्वक र आचारसंहिताको पालना गर्दै प्रयोग गरियो भने पत्रकारितामा एआई सहयोगी उपकरण बन्न सक्छ । यसका लागि स्पष्ट नीति, आवश्यक तालिम, पारदर्शिता र सचेत प्रयोग अनिवार्य सर्त हुन् (शर्मा, २०८२, पृ.१००-१०१) । विश्वसनीय समाचार पस्किनु पत्रकारिताको मूलधर्म हो । तर एआई प्रयोगले समाचारको विश्वसनीयता, तथ्य जाँच, प्रतिलिपि अधिकार वा समाचार प्रस्तुतिको निष्पक्षतामा प्रश्न उठाउन सक्ने भएकाले यसबारे गम्भीर हुनुपर्छ (प्रेस काउन्सिल, २०८१) । पत्रकार आचारसंहिताबाहिर गइ जथाभावी एआई प्रयोग गर्ने, हुबहु प्रतिलिपि गर्ने वा कपीराइट उल्लङ्घन गर्ने प्रवृत्ति प्रविधिको दुरुपयोग हो । यस्तो दुरुपयोग रोक्न सकियो भने मात्रै पनि एआईबाट उल्लेखनीय फाइदा लिन सकिन्छ ।

क्यानडेली दार्शनिक मार्शल मकलुहानले भनेका छन्, “जब हामी प्रविधिसँग बिना आलोचनात्मक सोच संलग्न हुन्छौं, तब हामी सबै रोबोट जस्तै हुन्छौं ।” उनको आशय के हो भने, नयाँ प्रविधिलाई जस्ताको त्यस्तै स्वीकार गर्नु पर्याप्त हुँदैन; बरू आलोचनात्मक मूल्याङ्कनसहित सोच, विचार र विवेक प्रयोग गरी मात्र यसको उचित प्रयोग गर्न सकिन्छ । यो भनाइ एआईलगायत हरेक प्रविधिमा लागू हुन्छ ।

निष्कर्ष

पत्रकारिता र प्रविधिको अन्तरसंवाद अहिले अत्यन्त संवेदनशील मोडमा आइपुगेको छ । विशेषतः कृत्रिम बौद्धिकता (एआई)को विकास र पत्रकारितामा यसको प्रवेशले नेपाली सञ्चारक्षेत्रलाई नयाँ सम्भावना र चुनौतीको दोबाटोमा उभ्याएको छ । एकातर्फ एआईले सामग्री उत्पादन, विश्लेषण, अनुवाद, सम्पादन र वितरणलाई छिटो, किफायती र सहज बनाइदिएको छ भने, अर्कोतर्फ पारदर्शिताको अभाव, उत्तरदायित्वको अस्पष्टता र नैतिक मापदण्ड नहुनु पत्रकारिताको

आधारभूत मूल्यप्रति प्रश्न खडा गरिरहेको छ । यस अध्ययनले देखाउँछ, कि नेपालमा विद्यमान पत्रकार आचारसंहिता अभै पनि मानव-केन्द्रित पत्रकारिता अभ्यासमा सीमित छ, प्रविधिको भूमिकालाई पूर्णरूपमा आत्मसात् गर्न सकेको छैन । प्रेस काउन्सिल नेपालले २०७३ र २०७६ मा जारी गरेका आचारसंहितामा एआई प्रयोगसम्बन्धी स्पष्ट दिशानिर्देश छैन । तथापि, अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घद्वारा जारी गरिएको अनलाइन टिभी एआई आचारसंहिता (२०८२) ले प्रारम्भिक प्रयासका रूपमा उत्तरदायित्व, सम्पादन अधिकार, पारदर्शिता, स्रोत प्रकट गर्ने जस्ता विषयलाई समेटेर मार्गचित्र तय गर्ने कोसिस गरेको छ, तर नीति वा आचारसंहिता तयार गर्नु मात्र पर्याप्त हुँदैन । यसको कार्यान्वयन, प्रभावकारी निगरानी र निरन्तर परिमार्जन अपरिहार्य हुन्छ । हालै नेपाल सरकारले स्वीकृत गरेको राष्ट्रिय एआई नीति २०८२ ले एआईको व्यवस्थापन र सहजीकरणका लागि सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालयअन्तर्गत राष्ट्रिय एआई केन्द्र र विश्वविद्यालय तथा अनुसन्धान संस्थानमा एआई एक्सलेन्स सेन्टर स्थापना गर्ने प्रावधान समेटे पनि सञ्चार माध्यम क्षेत्रमा एआई प्रयोगको प्रत्यक्ष नियमन संरचना अभै स्पष्ट छैन ।

यस पृष्ठभूमिमा तीन तहमा समन्वयात्मक संरचना निर्माण आवश्यक देखिन्छ—पहिलो, नीति निर्माण तहमा सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय, प्रेस काउन्सिल र पत्रकार महासङ्घविच सहकार्य गरी पत्रकारितामा एआई प्रयोगलाई निर्देशित गर्ने कार्ययोजना तय गर्नुपर्छ । दोस्रो, मिडिया संस्थागत तहमा सम्पादक, प्रशिक्षक र प्रविधि अधिकृतहरूको सहभागितामा एआई प्रयोग र पत्रकार आचारसंहिताविचको समायोजन सुनिश्चित गर्नुपर्छ । तेस्रो, शैक्षिक तथा अनुसन्धान तहमा विश्वविद्यालय र सञ्चार विभागहरूले एआई र पत्रकार आचारसंहिता विषयमा छुट्टै पाठ्यक्रम विकास र शोध पहल अघि बढाउनुपर्छ । अन्ततः पत्रकारिता केवल सामग्री उत्पादन गर्ने प्रक्रिया मात्र होइन, यो समाजलाई विवेक, सन्तुलन र तथ्यमा आधारित जनमत निर्माण गर्ने माध्यम हो । एआई भनेको केवल उपकरण हो यसको प्रयोग कसले, किन र कसरी गर्छ भन्ने प्रश्न नै निर्णायक हो । यदि हामीले एआईलाई मूल्य-केन्द्रित पत्रकारिताको संस्कृतिमा विवेकपूर्ण ढङ्गले समाहित गर्न सक्यौं भने यसले नेपाली पत्रकारितालाई डिजिटल उत्तरदायित्व र विश्वसनीयताको उच्चतमस्तरमा पुऱ्याउन सक्छ । त्यसैले, पत्रकारितामा एआई प्रयोगबारे स्पष्ट, व्यावहारिक र युगसापेक्ष आचारसंहिता निर्माण आजको अनिवार्य आवश्यकता हो ।

सन्दर्भसामग्री

नेपाली

अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घ । (२०८२) । एआई आचारसंहिता । अनलाइन टिभी पत्रकार सङ्घ ।

गाउँले, शिव/आचार्य, भानुभक्त/भा, सुदन । (२०८१) । राष्ट्रिय आर्टिफिसियल इन्टेलिजेन्स सम्मेलन । दी फ्युचर अफ मिडिया: एआई इनोभेसन इन ग्लोबल एन्ड लोकल कन्टेक्ट । डिजिटल मिडिया फाउन्डेसन् ।

नेपाल सरकार, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय । (२०७२) । सूचना तथा सञ्चार प्रविधि नीति, २०७२ । नेपाल सरकार ।

नेपाली रेडियो नेटवर्क । (२०८१) । कृत्रिम बौद्धिकता (एआई) नीति । नेपाली रेडियो नेटवर्क ।

निरौला, केशव । (२०८२) । पत्रकारितामा भाषिक अनुशासन । गोरखापत्र दैनिक ।

पोखरेल, विपुल । (२०८१) । विश्व प्रेस स्वतन्त्रता दिवस, २०२४ को अवसरमा अध्यक्षको शुभकामना । प्रेस स्वतन्त्रता र पत्रकार सुरक्षा: वार्षिक प्रतिवेदन । नेपाल पत्रकार महासङ्घ ।

प्रेस काउन्सिल नेपाल । (२०६४) । पत्रकार आचारसंहिता-२०६० (संशोधित तथा परिमार्जित-२०६४) । प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

प्रेस काउन्सिल नेपाल । (२०७५) । प्रेस काउन्सिल ऐन, २०७५ (मस्यौदा) । प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

प्रेस काउन्सिल नेपाल । (२०७६) । पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन २०७६) । प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

प्रेस काउन्सिल नेपाल । (२०८१) । मिडियामा एआईको प्रयोग (सम्पादकीय) । संहिता ।

शर्मा, अजय । (२०८०) । एआई सङ्कट कि अवसर ? । शनिबार (गोरखापत्र दैनिक) ।

शर्मा, पुरी । (२०८२) । पत्रकारितामा एआई । बागमती प्रदेश सरकार आन्तरिक मामिला तथा कानून मन्त्रालय सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालय ।

सुवेदी, प्रवेश । (२०८१) । पत्रकारितामा 'जेनेरेटिभ एआई' अन्तर्राष्ट्रिय अभ्यास र नेपाली सन्दर्भ । संहिता । प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

English

American Press Institute. (2014). The personal news cycle: How Americans choose to get their news. Arlington, VA: American Press Institute. <http://www.americanpressinstitute.org>

Anderson, C. W. (2020). Reimagining journalism in the AI era. Oxford University Press.

Ashfaq, R., Nabi, Z., & Rohit. (2022). Artificial intelligence and the Indian media industry: The future is now. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Neural Network*, 2(06), 5–7.

BBC. (n.d.). Guidance: The use of artificial intelligence. BBC Editorial Guidelines. <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-ofartificial-intelligence>

Bloomberg. (2023, March 30). BloombergGPT: 50-billion parameter LLM tuned for finance. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/company/press/bloomberggpt-50-billionparameter-llm-tuned-finance>

Coeckelbergh, M. (2020). AI ethics. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/12466.001.0001>

Digital Media Foundation. (2024, July). Summit report: National summit on artificial intelligence–2024. Digital Media Foundation.

European Parliament. (2023, June 20). What is artificial intelligence and how is it used? European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20200827STO85804/what-is-artificialintelligence-and-how-is-it-used>

Floridi, L., & Cows, J. (2019). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*, 1(1). <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>

Reuters. (2025). Reuters and AI. Reuters. <https://www.reuters.com/info-pages/reuters-and-ai/>

Shin, J. (2024). AI and misinformation. 2024 Dean's Report,

University of Florida College of Journalism and Communications.

Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do. University of Illinois Press.

Walsh, L. (2024, September 25). New research: Journalists should disclose their use of AI. Here's how. Trusting News. <https://trustingnews.org/trusting-news-artificial-intelligenceai-research-newsroom-cohort>

(शर्मा गोरखापत्र दैनिका उपसम्पादक हुतुहुन्छ ।)
